

La majoria de nosaltres recordem el primer llibre que vam llegir a la nostra infància o adolescència. Potser no és el primer de veritat, però en l'imaginari particular ha quedat un títol que ens estimem. Els llibres formen part de la nostra intimitat. En canvi, quin va ser el primer diari que vam fullejar? Depèn molt de l'àmbit familiar, social, de si s'han seguit estudis... En aquest article es recullen opinions i experiències sobre la relació entre premsa i gent jove. Ha resultat difícil trobar respostes, però queden qüestions obertes al debat.

# Llegir premsa és cosa de joves?

Victoria Hita

Fotos: Josep Cano

La Teresa Márquez porta tota la vida al capdavant del quiosc situat a la plaça de la Plana de Badalona. "Tinc 52 anys i tenia quatre o cinc quan els meus pares van agafar aquest quiosc, així que imagina't... Ara el portem entre la meva germana i jo", apunta. "La venda de diaris ha baixat molt, no sé si desapareixeran... suposo que per la ràdio, la televisió, Internet, els gratuïts". "La gent jove no ve a comprar diaris, no té l'hàbit de llegir, com a molt compren algun diari esportiu i revistes sobre cotxes o bicicletes de muntanya. També és veritat que passem de la revista infantil a revistes de música. La joventut tampoc no té massa oferta. I tot surt en castellà; a vegades, ens demanen si tenim la mateixa revista en català".

Aquesta és una opinió d'un dels sectors que més ha notat els canvis que s'estan produint en el consum de mitjans de comunicació. Els quioscos ja no venen només premsa, diaris i revistes, publicacions de periodicitat diversa.

En l'actualitat són també aparadors de productes embolicats en plàstic on a banda d'alguna publicació hi ha sabatilles, paraigües, i paquets de caramels que imiten un paquet de tabac amb l'ànim que els lectors i lectores deixin el mal hàbit.

Es tracta d'estratègies comercials de les grans empreses periodístiques per obtenir més guanys econòmics o maneres de captar nou públic lector...? Sigui com sigui, el percentatge de població lectora de premsa diària a Catalunya ha anat creixent, per influència de les publicacions gratuïtes com apunten les fonts consultades.

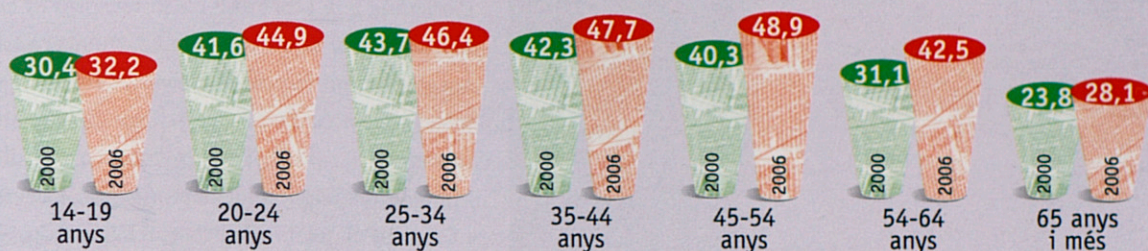
Internet i la premsa gratuïta són dos dels mitjans més citats entre els especialistes que veuen amenaçat el futur de la premsa de pagament. Un informe de la Universitat de Navarra, fet públic recentment en el transcurs del XXI Congrés Internacional de Comunicació, assenyala que només el 12% d'internautes entre 10 i 18 anys consulta les pàgines web informatives, mentre que el 62% utilitza la Xarxa per relacionar-se amb altres persones o descarregar música. Així doncs, aquests percentatges contradiuen les visions més pessimistes.

D'altra banda, les dades també mostren que llegir premsa gratuïta i de pagament no són conceptes incompatibles. Així s'extreu de les conclusions d'un estudi de l'Associació Catalana de Premsa Gratuïta on s'hi destaca que el 71,8% de la població llegeix o consulta alguna publicació de premsa gratuïta, encara



## Evolució de la lectura entre els joves (2000-2006)

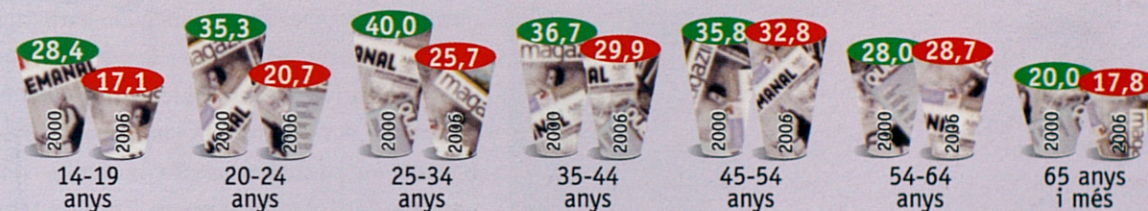
### Lectors de diaris



### Lectors de revistes



### Lectors de suplementos



Dades dels resums generals de febrer a novembre de 2000 i de febrer a novembre de 2006, segons l'Estudio General de Medios.

que sigui de tant en tant, davant del 28,2% que respon que no ho fa.

Pel que fa a les franges d'edat, l'estudi mostra que un 72,3% dels ciutadans que tenen entre 16 i 25 anys consulten aquestes tipus de publicacions, mentre que ho fan un 74,5% dels que tenen entre 26 i 35; el 76,1% dels que tenen entre 36 i 45 anys; el 69,8% entre els de 46 i 55 anys i un 66% dels que tenen edats que oscil·len entre els 56 i 65 anys. Aquestes xifres, doncs, deixen ben clar que entre els joves es dona un consum important de premsa gratuïta.

#### DIARIS PER A ESTUDIANTS

El periodista Joan Barrera coordina *El Periódico de l'Estudiant* des de fa

un any. Abans havia estat durant sis anys al capdavant de la secció de comunicació d'*El Periódico de Catalunya*. "No crec que hi hagi una crisi de lectors de premsa, sinó que més aviat es redefeix el panorama. Amb

**"La gent jove no ve a comprar diaris, no té l'hàbit de llegir" es queixa una quiosquera amb quasi mig segle d'experiència**

els gratuïts hi ha més lectors de suport paper dels que hi havia abans, ja que han facilitat l'accés a la premsa de sectors de la població que no es gasten un euro cada dia".

Barrera considera que en l'actualitat la premsa de pagament té diversos

reptes per afrontar com són incidir en explicar millor les notícies, el context, personalitzar la notícia... i quant al disseny, trencar amb les formes convencionals i ser més agosarats, és a dir, "fer una aposta

més seriosa perquè les notícies siguin més atractives, jugar amb el grafisme, la fotografia, la distribució del text". Pel

que fa als interessos de la gent jove, aquest periodista no creu que "en una persona de 15 anys siguin massa diferents que en una de 25 o 30 anys. L'explicació s'ha d'adequar a l'edat". "A principis d'any -cita a títol d'exemple- parlem del futur de





El **Gabriel Salvà** té 22 anys i és estudiant de Geografia a la UB. Per a ell, la televisió és el mitjà més ràpid per saber què passa al món, ara bé, “per aprofundir, prefereixo els diaris. A Internet tens la informació actualitzada, però llegir en la pantalla és incòmode i cansa”. Llegeix “quasi cada dia” *La Vanguardia*. Esporàdicament, *El País*, *El Periódico* o l'*Avui*. Pel que fa a la premsa digital, consulta l'*e-notícies* o el *Diario Ibérico*, “però no amb tant d'interès com abans, perquè sempre és el mateix”. Considera que als diaris falta neutralitat i que “potser es diuen moltes barbaritats”. “Per exemple,

**“Per aprofundir prefereixo els diaris. A Internet tens la informació actualitzada però llegir en la pantalla és incòmode i cansa”**

el meu tema, la meteorologia. Veig que sovint es dona informació falsa o mal interpretada. Segurament, en altres temes diuen alguna barbaritat i no en sóc conscient”. Pel que fa a la premsa gratuïta, es mostra taxatiu: “És una manera ximple de malgastar paper i, sí, t'informen breument, però la majoria són fets que no ens interessin o no ens haurien d'interessar. Me'l donen al metro i el faig servir pel Sudoku. Quan acabo, el deixo al seient del costat per si algú el vol. Molta gent fa com jo, o el llença, i et trobes restes de diari escampades pel carrer”.

l'aigua potable, que serà un dels grans conflictes del segle XXI, perquè segons les Nacions Unides fomentarà la distància entre països rics i pobres. Aquests temes interessin tothom. No podem fragmentar la realitat. Les grans preocupacions, el medi ambient, la violència, el consum..., interessin tant als nois com als adults”.

*El Periódico de l'Estudiant* és una publicació mensual de dotze pàgines d'*El Periódico de Catalunya*. Amb una tirada de 600.000 exemplars, es distribueix de forma gratuïta en tots aquells centres escolars que ho sol·liciten. Aquesta capçalera es dirigeix a la franja d'edat que cursa

l'ESO, és a dir, els joves que tenen entre 12 a 16 anys.

En aquest sentit, una altra iniciativa que tenia com a objectiu apropar la premsa als joves va deixar de sortir a

**Els joves consumeixen més premsa gratuïta que no pas de pagament perquè hi tenen accés fàcil i no han de pagar-la**

principis del passat mes de desembre. La Magda Bigas havia estat la responsable del *Diari dels Estudiants*, un diari digital que de dilluns a divendres es dirigia a la comunitat educativa i, en especial, als

alumnes amb edats compreses entre els 12 i 18 anys. “Treballàvem amb un llenguatge entenedor, en català, amb una selecció pròpia de les notícies i que combinava l'interès de la joventut amb el que

passa al món, perquè els nanos no és que no s'interessin per la informació, sinó

que tenen moltes coses al seu abast”. Lamenta que “la decisió empresarial del Grup Godó ens ha agafat en un moment de progressió, perquè en un projecte així és difícil fidelitzar el públic”.



## Directa: un projecte jove, fet per joves

El 19 d'abril de 2006 va aparèixer el primer número del setmanari de comunicació *Directa*. La redacció es troba a l'Hospitalet de Llobregat i la formen unes cinquanta persones, amb una mitjana d'edat de 27 anys. De moment, s'editen 1.200 exemplars que es distribueixen a 80 punts i es fan arribar a 470 subscriptors. Són 28 pàgines d'actualitat i reflexió, de reportatges d'investigació i de participació de diferents col·lectius socials. Es financen amb les subscripcions, la publicitat i les vendes. El 2007 volen consolidar la redacció i les diferents corresponsalies, augmentar la difusió i el coneixement del setmanari.

Davant la importància que té o hauria de tenir la premsa i els mitjans de comunicació entre adolescents i gent jove, el Jesús Hita, que forma part del setmanari, opina que "si a nivell educatiu els valors promoguts fossin uns altres, potser els joves ja buscarien

per si sols les claus per entendre la realitat, i els mitjans de comunicació serien una de les eines. Per als joves, la importància dels mitjans de comunicació hauria de ser la mateixa que per a la resta de la població amb capacitat d'entendre la realitat".

Sobre si la premsa gratuïta ha afavorit la incorporació de nous lectors, pensa que "potser sí, però caldria saber què els ha aportat. Els gratuïts estan

**Aquesta nova capçalera  
compta amb una redacció  
de 50 persones amb una  
mitjana d'edat de 27 anys**

creant hàbits de lectura, tant que els periòdics 'seriosos' tendeixen cada cop més a esquematitzar les informacions, a traslladar-les a l'àmbit de l'espectacle, a reduir continguts: fotos i titulars més grans, menys cos de la notícia... La gent jove perd així el gust

per llegir". No creu que calgui promoure un consum específic de productes informatius per a joves, ja que "als joves no els agrada que els tractin de manera diferenciada dels grans". A la pregunta de si els mitjans convencionals recullen les inquietuds de la joventut, respon que "recullen les inquietuds dels seus clients".

Pel que fa a una de les funcions principals de la premsa que és (o hauria de ser) fomentar un esperit crític, considera que "sobretot és important tenir una postura humil i no presumir d'objectivitat, ja que els joves estan en

una fase de qüestionaments constants i aviat adverteixen les postures més absolutistes. Per tant, és important crear debats sobre qüestions comunes que afecten tothom, a fi que el periòdic pugui ser l'origen del debat personal i col·lectiu".







Es diu **Montse Arranz**, té 15 anys i estudia quart d'ESO a l'Institut Mare de Déu de l'Esperança de Badalona. Segueix l'actualitat bàsicament a través dels informatius de la televisió i llegeix revistes de música. A casa seva compren *El Periódico* i és el diari que li resulta més familiar: "És el que trobo més interessant. A més, a l'escola ens fan llegir *El Periódico de l'Estudiant*. A vegades també compren altres revistes –el nom de les quals no recorda– i ens fan resumir una notícia". A la pregunta de si en general li agraden els diaris, respon que prefereix les revistes: "Els diaris t'informen, però penso que

**"Els diaris t'informen però penso que haurien de ser més objectius, els trobo massa subjectius"**

haurien de ser més objectius, els trobo massa subjectius". En un periòdic no hi ha cap secció que li agradi més que una altra, si de cas les notícies sobre música. Aquesta jove estudiant del darrer curs de l'ESO, també es mira alguns diaris gratuïts, com *Metro* o *20 minutos*.



El **Félix Bollaín** té 16 anys, estudia primer de Batxillerat al Col·legi Montserrat de Madrid i ha passat a Barcelona les festes nadalenques. "No coneixes el Montserrat? És el més "rojo" de Madrid. Sempre t'estan convidant a anar a manis. Està molt polititzat, però quan ets gran ja tens un criteri..." A aquest estudiant no li agrada la ràdio i llegeix els diaris que li donen al matí al metro: *20 minutos*, *Qué*, *ADN*... A casa no s'asseu mai a llegir un diari. Per Internet mira el que li agrada, és a dir, l'*skate*. De la premsa de pagament, a vegades llegeix el *Marca*. "A casa meva, el meu pare és més d'*El Mundo* i la meva

**"No dic que menteixin, però els diaris destaquen el que volen perquè una cosa sembli el que no és"**

mare, al contrari, d'*El País*. No els conec massa, però crec que els diaris diuen el que volen. No dic que menteixin, però destaquen el que volen perquè una cosa sembli el que no és". De revistes, no en llegeix: "potser compraria, si n'hi hagués, d'*skate*".



La **Susana Viedma** treballa d'administrativa, té 25 anys i ha cursat estudis de Relacions Laborals. Escolta la ràdio, mira les notícies a la televisió i no compra diaris. "Potser algun dissabte o diumenge, o l'*Sport* per a la meva parella. També quan hi ha alguna promoció i regalen un llibre o una pel·lícula". Abans, quan vivia a casa dels pares, llegia *El Periódico*. La Susana opina que llegir premsa és una qüestió d'hàbits. "Jo no tinc el costum, m'agrada més sentir la ràdio i amb els diaris gratuïts ja sé que no és el mateix, perquè hi ha menys pàgines i només mires els titulars, però

**"Ja sé que els gratuïts no són el mateix perquè hi ha menys pàgines i només mires els titulars però pots saber què passa"**

gràcies a ells pots saber què passa". Tot i no ser massa lectora de premsa, les seccions que més li agraden són Societat i Cultura. Tampoc no consulta els diaris per Internet: "El meu xicot sí que llegeix la premsa digital". Això sí, confessa ser bona lectora de llibres.



## TREBALL AMB ADOLESCENTS

D'altra banda, Teleduca va nèixer fa deu anys i està format per quatre professionals vinculades al periodisme, l'ensenyament de secundària, l'educació artística i la psicopedagogia. Tenen diverses propostes per portar la premsa a l'aula, però sobretot treballen l'educació per a la mirada crítica amb textos audiovisuals. Els seus responsables han fet formacions per proporcionar instruments didàctics per analitzar la premsa i crear revistes en els centres utilitzant programes informàtics de maquetació senzills.

Tot i això, la Montse Moix, psicopedagoga, explica que "les revistes de centre no influeixen gaire en la lectura de premsa. No en són un estímul. Són costoses de fer per l'esforç que demanen i tenen una funció molt

local". En canvi, han observat que "la gent jove en consumeix més premsa gratuïta que de l'altra perquè hi tenen accés fàcil i no han de pagar-la".

Des de Teleduca opinen que la lectura de premsa es podria treballar més "si el professorat la portés a l'aula, la deixés als estudiants, i comentés de forma breu els temes

**Un estudi detecta que la premsa i els mitjans de comunicació tenen poca importància entre adolescents i gent jove**

més rellevants o bé notícies concretes que resultessin d'interès per a l'alumnat, l'assignatura o per conèixer més a fons allò que és d'actualitat. El professorat també hauria de ser-ne lector, sinó difícilment la pot incorporar. Hi ha assignatures on és més

fàcil treballar-la que en altres, com per exemple Ciències Socials i les llengües. En aquestes hauria de formar part del currículum obligatori", afirma Moix.

Un estudi fet per Teleduca considera que la premsa i els mitjans de comunicació tenen poca importància entre adolescents i la gent jove. No hi ha gran interès per informar-se. Els diaris esportius, pel que fa als nois, tenen gran rellevància, així com les

revistes de temàtica rosa-musical per a les noies. El context socioeconòmic i cultural de l'entorn influeix a l'hora d'escollir un producte per llegir. La prova és que en alguns entorns socials i escolars hi ha més consum de premsa i llibres que en altres. ■